

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, E. (2019). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. p. Skripsi Iniversitas Diponegoro.
- Ambarwati, P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian handphone Samsung (Studi Kasus pada Konsumen Handphone Samsung di Yogyakarta). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta*, 1.
- Amstrong, P. K. (2001). *Manajemen Pemasaran (2nd Ed)*. Jakarta: PT Indeks.
- Arnandhitya, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Konsumen Handphone Samsung(Studi pada pengguna Handhphone Samsung Pengunjung CitraLand Semarang). *Skripsi Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Assael, H. (1994). *Consumer Behavior & Marketing Action* . Boston Massachusset,AS: Kent Publishing Company.
- Cooper, D. C. (1996). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Firmansyah, A. M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Imam Kambali, S. M. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1).
- Kanuk, S. (2007). *Consumer Behavior, International edition: Pearson Education*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kevin Lane Keller, T. A. (2008). *Strategic Brand Management: A European Perspective*. Jakarta: PT.Indeks.

- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT.Prehalindo.
- Leon G. Sciffman, J. W. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11 Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Magyar Slamet Permana, J. O. (2014). uh Country of Origin Brand Image dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen Untar*.
- Minor, M. &. (2002). *Perilaku Konsumen (5th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen&Minor. (2002). *Perilaku Konsumen (5th ed)*. Jakarta: Erlangga.
- Nur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Galaxy J Series (Studi Kasus pada Pengguna Samsung Galaxy Series J di Kota Semarang). *Skripsi Administrasi Bisnis*.
- Paramitasari, F. (2019). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Universitas Brawijaya*.
- S, D. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Ltfestyle) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 63-70.
- Sangadji, S. &. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* . Yogyakarta: Andi.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Simamora. (2009). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora. (2009). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Sintadi, J. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa UNDIP Semarang. *Diponegoro Journal Management*, 8(2), 33-43.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tri Agung, R. H. (2019). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Grosir Herbal di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran*, 3(1), 36-45.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen (pertama)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ucong Boston S (2018). “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Sumatera Utara”. Skripsi, Universitas Sumatera Utara
- Uswatun, Annisa.2022. “Pengaruh Perceived Quality dan Brand Image Terhadap Brand Loyalty melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pengguna Smartphone Samsung di Kota Semarang)”. Skripsi, Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.
- Wulandari, F. S. A. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan*. 1–107.